
中国五百强企业企 业文化精粹

目录

华联发展集团文化理念	5
春兰集团企业文化	5
1. 春兰企业文化观.....	5
2. 春兰的理念.....	5
3. 春兰精神.....	5
中国建设银行企业文化	5
鲁能企业文化	5
红塔集团的企业文化	5
1. 文化的红塔.....	5
2. 红塔的理念.....	5
3. 山高人为峰的精神修炼.....	5
上海卷烟厂企业精神	5
熊猫集团有限公司	5
国美电器企业文化建设	5
中国中纺集团愿景	5
长虹集团公司企业文化	5
燕京啤酒企业文化	5
1. 文化建设.....	5

2. 品牌印象.....	5
上海通用汽车有限公司.....	5
华润集团公司理念.....	5
上海黄金搭档科技有限公司.....	5
中国恒天集团.....	5
宁波波导电子有限公司.....	5
江苏红豆实业有限公司.....	5
上海宝钢集团公司.....	5
一、宝钢企业文化.....	5
二、观念与创新.....	5
三、宝钢格言.....	5
金蝶国际软件集团公司.....	5
中国建筑一局集团公司.....	5
万通集团企业文化.....	5
爱普生企业文化.....	5
李宁体育用品有限公司企业文化.....	5
1、公司使命.....	5
2、公司愿景.....	5
3、公司核心价值.....	5

中国石化长城润滑油企业文化.....5

诺基亚文化理念.....5

 价值观..... 5

 管理方针..... 5

华联发展集团文化理念

团结、务实、创新、奉献

华联发展集团有限公司，是以高新技术为先导，以纺织服装、房地产物业和石化新材料为支柱，以金融资本为后盾的综合性企业集团。在企业文化建设方面，作为一家以传统产业为基础的大型企业集团，华联的企业文化既有传统纺织行业中普遍具有的特色，又有在改革和发展中形成的一些特点，这些特点构成了富有华联特色的企业文化和一套较完整的企业文化体系。

强化企业文化意识，提高职工队伍素质。集团结合企业实际，经过充分论证和认真研究，确定了集团企业文化的基本思想和指导方针，紧紧围绕企业的改革、发展和工作重心，提出了华联的企业精神和文化理念。在日常经营管理中借助文化的力量强化企业生产经营中各种因素的协调、组织和管理工作，倡导“以人为本，共创未来”，运用企业的文化理念凝聚员工的思想，激发员工的积极性和创造性，营造有利于企业经营管理的内部环境和人际关系氛围，以此来促进企业获得更高的劳动生产率，实现企业效益的最大化。集团从战略的眼光出发，通过对华联精神和文化理念的强化，营造积极、团结的企业文化氛围，提高了企业员工队伍的思想道德和科学文化素质，使企业员工“心往一处想，劲往一处使”，培养了一支过得硬的职工队伍。

营造浓厚的管理文化氛围，以文化驱动管理，以管理催化文化。集团根据企业发展的需要和具体的经营形势，不定期地总结、宣传、推广本企业职工群众的闪光点，使其升华，并渗透于生产、经营、管理的各个角落，有意识地营造浓厚的企业管理文化。比如构筑质量文化，要求各企业根据实际需要建立与国际接轨的质量管理认证体系，并形成具有本企业特色的质量文化；构筑成本文化，自觉寻找管理粗放点，堵塞漏洞，降耗节支，实现企业效益的最大化；构筑安全文化，实行危险源点的高度控制管理，强化安全生产意识，做到全年安全生产无事故，“安全生产重于一切”的理念深入每一个员工心中；构筑创新文化，鼓励在每一个工作岗位上的员工用浓厚的激情创意和开拓创新的精神管理企业，强调

创新在企业经营管理中的重要作用，遏制企业消极保守的沉闷氛围；构筑科技文化和学习文化，营造尊重知识、尊重人才、尊重科学的氛围，强调在学习中不断提高自己，学以致用，提高综合素质，把建设“学习型”企业和培养“学习型”人才的理念灌输给每一个员工。

培育企业精神，增强企业凝聚力。从本企业的实际出发，集团提炼出富有华联特色的企业精神，即“团结、务实、创新、奉献”的华联精神，弘扬催人奋进的企业文化。这些企业精神是从二十年的企业创业历程中总结出来的，代表和反映集团的精神风貌，在企业经营管理中起到了凝聚人心、催人奋进的积极作用。集团通过各种形式，广泛地对企业精神进行宣传，如印发宣传企业文化和企业精神的员工手册，在集团网站上开辟专栏，结合党的思想政治工作，开展企业精神和企业文化教育的大讨论，等等，使职工能够深入地领会集团企业精神的内涵和意义，从而鼓励全体员工奋发向上，团结进取，努力奋斗，真正把企业做大做强。

塑企业形象，创名牌产品，为企业发展造势。集团多年来一直以企业的生产经营为核心，在各全资、控股企业中大力推行品牌战略，要求各生产企业特别是在业界已有了较大知名度的下属企业如波司登、宁海华联、宏华数码、华联置业等公司更系统地树立企业形象，强化对企业无形资产的管理，尽快在将各品牌的市场推广与整个集团的企业形象结合起来，形成具有较大知名度的华联品牌，使集团拥有更多的名牌产品，形成更高层次、更完善的企业形象。多年来集团实施名牌战略，在纺织服装、数码印染、房地产开发和物业管理等行业拥有了更多高品位、高质量、高档次的名牌产品，增强了企业竞争力和综合实力。

丰富文化生活，陶冶职工情操。多年来，集团一直注重通过组织开展各种健康有益的文化活动，寓教于乐，在各种文化活动中贯穿“敬业”、“爱司”的思想，陶冶职工情操，提高队伍素质，保持员工队伍的稳定性。在开展文化活动时，集团始终坚持以企业改革、发展为主线，促进企业改革、发展的顺利进行；坚持以生产经营为中心，把文化活动与劳动竞赛、合理化建议结合起来，以文化活动促进生产活动。集团还根据员工的建议，成立了集团文体委员会，由文体委员会、工会、共青团等部门一起统筹安排集团各种文化活动，丰富员工的业余文化生活。通过各种形式的文体活动，加强对职工的思想、文化的熏陶，从而在职工中形成对企业的向心力和凝聚力。

集团每年开展的主要文化活动有：每年一度的员工运动会、春节联欢会；不定期地组织各种文体活动，如登山、到爱国主义教育、球赛等；参加深圳市政府组织的各种文娱活动和体育活动，如迎接全运会、省运会的长跑活动、健步行活动、文艺晚会等。通过这些活动，挖掘出员工的一些潜能，培养了员工骨干的组织能力，丰富员工的业余生活，增强了企业的凝聚力，活跃了集团的企业文化氛围，对集团的经营管理起到了良好的推动作用。

春兰集团企业文化

1. 春兰企业文化观

春兰是一个学习的公司，勤于思考的公司，不断创新的公司。

2. 春兰的理念

春兰的生存空间在于整个世界

春兰的生命力在于适应市场

春兰管理的精髓在于不断挖掘潜力

春兰必须竭诚地为社会提供优良的服务, 促使资本增值, 造福于人类社会

3. 春兰精神

忠实的执行 正确的执行 创造性地执行

人之间的合作 组织之间的合作 春兰与全球的合作

创新是广义的、不间断的 创新应当是科学的

创新以效益最大化为原则

中国建设银行企业文化

建行核心价值观

实现价值最大化，与客户同发展，与祖国共繁荣。

建行主理念

中国建设银行，与您共建美好家园。

中国建设银行，建设现代生活。

建行精神

团队精神、敬业精神、创新精神、奉献精神。

建行作风

诚信亲和，严谨规范，求真务实，拼搏进取。

员工座右铭

时时敬业，处处真诚，事事严谨，人人争优。

员工警言

我的微小疏忽，可能给客户带来很大麻烦；

我的微小失误，可能给建行带来巨大损失；

贪欲、失德、腐败必然给自己、亲人和建行带来耻辱。

鲁能企业文化

鲁能精神：自我加压的负责精神、精诚团结的团队精神、顽强拚搏的奉献精神、追求卓越的创新精神

用事业统一思想，用工作统一行动

效益论英雄，结果定成败

人际关系要简单，经济关系要清楚

一要干事，二要干净

求“三实”（实干、实用、实效），戒“三表”（表面、表层、表演）

红塔集团的企业文化

1. 文化的红塔

我们的企业在不断发展壮大，红塔人在不断实现新老员工的交替，但有一样是一脉相承的，这就是我们的文化。

一个没有远大抱负和优秀文化的企业，肯定不会走得太远。

红塔的创业者们开创了红塔的辉煌，也建立了作为一个志存高远的企业的根基和文化。从此，红塔人身上流淌的是永不服输的攀登者的血。

我们的企业文化不是来自外在的规划与设计，而是内生的，是在红塔多年的发展中逐步形成的。但我们的企业文化又不是一成不变的，面对挑战的红塔必须不断为我们的企业文化注入新的内涵。

高原热烈的红土地能孕育出世界上最好的烟叶，我们身居世界上最重要的最大的卷烟市场，我们的目标是成为卓越的、世界一流的卷烟生产供应商！

这就是红塔的远景，悬挂在我们心中憧憬的山峰之巅。

胸怀此大志，所以我们能正视自己、坦然面对挫败，不断进行着自我否定和超越。

我们志存高远，我们也脚踏实地。因此，红塔拥有坚定的信念，同时也致力于制定务实的、以市场为导向的和高度有效的战略。因为我们明白，只有在未来的市场上赢得了消费者，我们才能真正拥有自信。

从这个角度讲，红塔把每一次起点都确定为零。我们深信，优秀的企业文化将推动着伟大的事业在红塔人手中，代代相传，生生不息。

2. 红塔的理念

在红塔，

人的价值高于物的价值；

共同的价值高于个人的价值；

消费者所看重的价值高于企业的利润价值

一、红塔的使命

员工是红塔最大的财富。能否让消费者的满意取决于我们能否以真正的以人为本的态度对待员工，从而激发出员工的创造性和活力。

以红塔自身的高度，托起消费者的成就感。

二、红塔的核心理念

“山高人为峰”理念主要包括：

“市场是第一车间”理论：一个优秀的企业，要善于审时度势，企业成功的关键因素在于根据时势需要及时调整发展战略。

攀登者精神：志存高远 脚踏实地。在这样一个充满竞争性的场地，要么成功，要么失败，我们没有其它选择。

红塔的企业哲学：“左脚否定右脚”。我们不只追求胜过同行和前辈，更重要的是要设法胜过自己。

红塔的价值观：人的价值高于物的价值；共同的价值高于个人的价值；消费者所看重的价值高于企业的利润价值。

三、红塔的核心竞争力

我们致力于建设成为一个学习型组织，打造出别人偷不走，复制不了，不能转移的核心竞争力。

四、红塔的企业愿景

成为世界一流的卷烟生产供应商，这是我们的远景目标，要在企业管理水平、科技开发能力、生产运营能力、人力资源结构等反映企业竞争优势的指标上达到世界一流企业的水平。

3. 山高人为峰的精神修炼

当同伴遇到困难时伸出援助之手，
相互鼓励，坚守信念，
每一个红塔人都坚信：山高人为峰。

上海卷烟厂企业精神

“和、搏、一流”精神的丰富内涵。

“和”，即团结和谐，和衷共济。“和”体现了“和为贵”、“家和万事兴”的中华民族传统美德。

上海烟草企业精神中的“和”，渗透着中国传统文化的基因，是中华民族“宽松、和谐”优秀品格的发扬光大。“和”表现为一种“团队精神”：党政齐心、干群合力，理解、支持、关心、体谅成为生产、经营、工作、交往等社会生活诸方面人所共循的准则。“和”是上烟人情感渗透与磨合而产生的一种向心力，是企业创业产生的思想基础。

“搏”，即拼搏竞争，不畏艰难。它体现着上烟人勇攀高峰、顽强拼搏、慷慨激越的精神风貌。企业要在风起云涌的市场经济大潮中站稳脚跟，要与国际经济接轨，唯有积极进取、迎难而上，以昂扬的斗志，饱满的精神，求实的态度，意气风发地为企业的明天再创辉煌。“搏”不仅仅是体力的消耗，更重要的是智慧的角逐。拼搏才有创新、拼搏才出效率、拼搏才能成功，有了奋力拼搏的精神状态，企业才能不断发展、进步。

“一流”，即出类拔萃，勇创一流，企业的发展目标就是“五个一流”：产品一流、技术一流、管理一流、人才一流、效益一流。所有的“一流”凝结成企业形象的“一流”，“一流”是上烟人创业的最高目标。现代企业在激烈的市场竞争中想要立与不败之地，就必须发扬一种追求卓越，永不满足，不断攀登高峰的进取精神，从而获得一流的业绩，达到整体优化的完美目标。

集团企业精神“和、搏、一流”，言简意赅，融会贯通，它既继承发扬了和睦团结的优良传统，又反映了竞争意识的时代精神、顽强拼搏、争创一流的目标追求。

熊猫集团有限公司

把“熊猫”建设成为国内一流，国际知名的大型电子信息产业集团。

- 展示现代生活 开拓未来空间
- 做精做专 做强做大
- 立足国内市场 开拓国际市场

创业创新 追求卓越

- 敬业报国 自信自强 效益第一 责任到人
- 观念创新 制度创新 技术创新 管理创新
- 争第一 创一流 讲团结 重实干
- 技术一流 管理一流 质量一流 服务一流

与时俱进，与世同进，与人共进

与时俱进：

- 新时代 新观念 新产品
- 市场就是命令 时间就是效益
- 挑战新一天 进步每一天

与世同进：

- 面向世界 发奋图强
- 以变应变 积极调整
- 追赶世界先进科技 与国际同类产品同步

与人共进：

- 为人类造福 与人类一起进步
- 为民族复兴 与民族一起强盛
- 为员工谋利 与员工一起发展

国美电器企业文化建设

十几年的发展使国美电器公司经历了从成长到腾飞的历程，企业文化建设成为企业发展的强大内在驱动力。

敢为人先，贡献社会

国美始终坚持：“薄利多销，服务当先”的经营理念，汲取国际上连锁超市的成功管理经验，不断挑战传统，勇于创新，已成为家电零售业的一面旗帜。在创造一个又一个商业奇迹的同时，也使国美人贡献社会，服务于人民的意识牢牢地扎根于每位职工的心中。以优质的服务最大限度地满足消费者需求，早已成为每位员工的工作准则。在这个准则衡量下，国美电器公司已建立起了一支高素质的售后服务队伍和完善的售后服务体系。国美人在用家电美化中国消费者家庭的同时，也为繁荣市场、贡献社会奉献自己的一份力量。

重诺守信，诚信为本

在国美内部，守信首先就体现在对员工的守信誉上，上级对下级言出必践、总公司对分公司言出必践、分公司对各门店言出必践，同时赏罚分明；在业务上，国美电器对供货商也以诚信为本，更打破长期以来商业运做中的结帐陋习，抛出亿元定单，共同承担经营风险；在销售上，公司对消费者做出的每一项承诺更是严格履行，从而也赢得了较高的美誉度。

以德为本，立德立人

国美电器坚持公平，公正，公开的用人原则，并将员工送往南开国美管理学院进行定期培训，又为加强员工的专业技能掌握与提高提供了条件。公司非常注重员工的公共道德和职业道德的修养培养，并用人格化的管理方式使员工对企业有强烈的归属感和荣誉感，这也使国美这种特有的文化内涵源源不断地转化为员工扎扎实实地为社会服务的精神动力。同时，公司努力营建自己的企业文化氛围：摄影比赛、文体活动、员工图书室……为员工提供宽松的工作环境和广阔的发展空间；

任人唯贤，人员本土化

在人事管理制度上，国美采取了公正、公平、公开的原则，充分发挥每个员

工的聪明才智和工作热情。在人才激励机制方面，采取能者上、庸者下的制度，在门店经理和营业员中都实行末位淘汰制度，最大限度地激发每位员工的能量。同时，国美在分部管理上强化制度管理而非人治，在地区人才招聘方面推行本土化策略，上至总经理，下至普通员工，都在当地招聘，并全部到总部接受为期两个月的正规化培训，以使其迅速融入国美的运营机制和企业文化中。

树立品牌，注重形象

国美电器公司在长期的经营活动中，极其重视公司品牌形象的树立和维护。每年几千万元的广告投入，各类媒体高密度，全方位的宣传报道，使国美电器公司的良好商誉在消费者中广泛传播。国美电器在不断扩大规模的同时，不断加强店面形象的统一。店内销售区域规划整齐有序，POP海报悬挂统一，工作人员统一着装，构成了国美电器公司一道绚丽的风景线。《国美报》的创刊更为统一思想，增强企业内部的凝聚力，为“国美电器”这一知名品牌的推广起到了推波助澜的作用。

中国中纺集团愿景

我们的发展目标是成为一家在纺织服装产业及相关多元化业务领域占据行业领先地位，并且全球化地展开运营的企业集团；

我们崇尚不断创新，追求卓越的企业家精神；

我们致力于发展高附加值产品，并以客户为导向，全面提供增值服务，以追求企业整体价值的提升；

我们拥有业内最优秀的员工，他们不断学习，不断自我更新，在推动着公司迅速成长的同时实现个人价值的持续提升。

长虹集团公司企业文化

一、长虹精神

团结创新 求真务实

二、核心理念

企业宗旨：员工满意 顾客满意 股东满意

企业理念：科技领先 速度取胜

燕京啤酒企业文化

燕京啤酒秉承“以情做人、以诚做事、以信经商”的经营理念，严谨的工作态度，

科学的管理，采用世界最先进的生产设备、为广大消费者提供啤酒、饮料等优质产品，

让消费者尽情享受由此带来的美好生活。燕京优质产品，酿造美好生活。

燕京 1980 年建厂，1993 年组建集团。在发展中燕京本着“以情做人、以诚做事、以信经商”企业经营理念；始终坚持了：走内涵式扩大生产道路，在滚动中发展，年年进行技术改造，使企业不断发展壮大；坚持依靠科技进步，促进企业发展，建立国家级研究中心，引入尖端人才，依靠科技抢占先机；积极进入市场，率先建立完善的市场网络体系，适应市场经济要求，目前全国市场占有率达到 10.5%以上，华北市场 45%，北京市场在 90%以上；积极完成股份制改造，由产品经营转向产品与资本双向经营，1997 年两地上市，独特的“红筹背景、A 股身份”股权结构模式，为燕京快速稳定的发展提供了雄厚的资金保障；精心打造企业文化，长期培育的“尽心尽力的奉献精神，艰苦奋斗的创业精神，敢打硬仗的拼搏精神，顾全大局的协作精神，为企业分忧的主人翁精神”以奉献机制与激励机制相结合的分配模式，促进企业快速发展。

经过 20 年快速、健康的发展，燕京已经成为中国最大啤酒企业集团之一。2003 年啤酒产销量 285 万千升、销售收入 67.75 亿元、实现利税 15.96 亿元、实现利润 3.92 亿元。——燕京用 20 年的时间跨越了世界啤酒业 100 年的发展历程。目前燕京发展成为拥有有形资产 88 亿元、燕京商标商誉价值 101.79 亿元，子品牌惠泉啤酒、漓泉啤酒商誉价值分别为 20.40 亿元和 15.26 亿元。员工 23500 人，占地 289 万平方米，拥有控股子公司（厂）24 个，其中啤酒生产企业 16 个，相关和附属产品企业 8 家。燕京总部是亚洲最大的啤酒生产厂。连年被评为全国 500 家最佳经济效益工业企业、中国行业百强企业。高品质的燕京啤酒先后荣获“第 31 届布鲁塞尔国际金奖”，“首届全国轻工业博览会金奖”，“全国行业质量评比优质产品奖”，并获“全国啤酒质量检测 A 级产品”，“全国用户满意产品”，

“中国名牌产品”等多项荣誉称号。燕京啤酒被指定为“人民大会堂国宴特供酒”、中国国际航空公司等四家航空公司配餐用酒,1997年燕京牌商标被国家工商总局认定为“驰名商标”。燕京啤酒产销量在世界啤酒行业排名中列第十五位。

中国加入WTO以来,面对激烈的国际竞争,燕京将继续保持快速、稳定、健康的发展,坚持从四个方面做强:

一、是把工艺、技术装备水平做强,使之达到国际先进水平。

二、是把品牌做强,使燕京成为世界啤酒行业的国际知名品牌。

三、是把市场网络做强,掌握竞争中的主动权。

四、把经济实力做强,每年资本积累2亿元以上,使企业发展注入强大的资本动力和资本保障。

燕京将坚持“发展民族啤酒工业,争创国际知名品牌”的信念,积极参与国际市场竞争。燕京下一步的目标是:

1、2005年啤酒产销量达到300万千升,2010年达到500万千升,进入世界啤酒前十强,形成世界级的大型啤酒企业集团。

2、积极开发国际和国内两个市场,实现燕京品牌的国际化提升。

3、按照“一业为主,相关发展”战略,向矿泉水、饮料、生物食品、生物制药领域进军,培育新的经济增长点。

1. 文化建设

1. 经营理念

以情做人

(1)满腔热情,广交朋友;

(2)坚持原则,机动灵活;情理并重,赢得人心;

(3)讲求礼仪,尊重他人,会用感情的力量化解矛盾。

以诚做事

(1)正直坦诚,一视同仁;

(2)有话摆在桌面上,办事出于真心;

(3)把对客户、消费者负责落实在行动上。

以信经商

-
- (1) 讲求信誉，遵守合同，依法行商；
 - (2) 客户至上，优质服务；
 - (3) 千方百计支持经销商获取最大利润。

2. 燕京精神

尽心尽力的奉献精神

- (1) 忠诚企业，忠诚事业；
- (2) 自觉自愿奉献出聪明才智；
- (3) 把实现个人价值建立在实现企业价值上。

艰苦奋斗的创业精神

- (1) 铭记燕京创业史，保持发扬优良传统；
- (2) 锻炼培养不怕艰难、吃苦耐劳的优秀品质；
- (3) 戒骄戒躁、勤俭办企，反对骄傲自满，铺张浪费。

敢打硬仗的拼搏精神

- (1) 自觉加压，勇挑重担，敢打必胜；
- (2) 在全新的任务面前信心十足，斗志旺盛；
- (3) 按量、按质、按时完成急、难、险、重的临时性工作。

顾全大局的协作精神

- (1) 牢固树立全公司是个整体意识，培养团队精神；
- (2) 以公司利益为重，反对狭隘的集体主义、个人主义；
- (3) 加强单位与单位间、员工与员工间的团结，上道工序为下道工序服务，下道工序为上道工序创造条件。

为厂分忧的主人翁精神

- (1) 把个人命运与企业兴衰紧密联系在一起；
- (2) 摆正个人与集体的关系，个人服从集体；
- (3) 说话、做事体现主人翁的地位与形象。

3. 企业方针

改革是根本出路

- (1) 遵循党和国家的方针、政策，不断深化内部改革；
- (2) 变革不适应企业生产力发展的各种弊端；

(3) 坚持解放思想，实事求是，与时俱进。

管理是永恒主题

(1) 企业不能一日无管理，它是企业生存与发展的基础；

(2) 认真探索适应市场经济的管理规律，用现代企业管理方法与手段，
不断提高企业管理水平；

(3) 加强基础管理工作，向管理要产量、要效益、要名牌、要形象。

创新是企业灵魂

(1) 创新是企业充满生机和活力的关键所在；

(2) 面对新形势、新任务，树立新思想，新观念，反对因循守旧，停滞不前。

(3) 积极妥善的推进管理创新、组织创新、科技创新、品牌创新。

顾客是衣食父母

(1) 牢固树立以市场为导向，顾客是上帝的思想观念；

(2) 企业获得最大市场与最大效益的决定因素是广大消费者；

(3) 以全优的质量和服务，努力提高广大消费者对燕京品牌的忠诚度。

4. 质量宗旨

以全优的质量取信于民

(1) 用稳固可靠的质量使广大消费者对燕京产品坚定不移；

(2) 坚持按国际标准组织生产，严格执行工艺标准，确保产品内在质量与
外在质量。

(3) 出厂一瓶质量不合格酒当成百分之百不合格来对待。

以独特的风味取悦于民

(1) 让广大消费者饮燕京啤酒成为时尚与享受；

(2) 生产出不同口味的产品满足不同层次消费者的需要；

(3) 保持风味稳定，巩固、扩大消费群体。

以诚挚的态度服务于民

(1) 企业生产的目的就是不断满足人们的物质文化需求；

(2) 掌握消费趋势，诚心诚意听取消费者的建议与意见；

(3) 讲求职业道德，提高工作效率，实现一流服务。

5. 人才战略

以事业留人

- (1)用燕京取得的成绩和美好的前景，吸引留住人才；
- (2)创造人才成长和施展才华的舞台，使其感到在燕京大有可为。
- (3)把实现国有企业的历史使命与发挥人才作用结合起来，使其树立远大的理想与报负。

以感情留人

- (1)形成尊重知识、尊重人才的良好氛围；
- (2)在思想上引导，在工作上帮助，在生活上关心，留住人心。
- (3)树立市场竞争说到底就是人才竞争的观念。

以机制留人

- (1)制定人才奖励政策，体现知识的价值；
- (2)完善用人制度，依法办事，履行合同；
- (3)建立公开、公正、公平的选拔领导干部制度。

6. 工作作风

严：

- (1)从严治厂，从严管理，从严带队伍；
- (2)严格执行企业各项规章制度，严格考核；
- (3)严要集中体现按大生产的客观规律办事。

细：

- (1)实施精细管理，精是机智灵敏，细是一丝不苟；
- (2)精打细算，降低成本；
- (3)制订计划、方案周密可靠，落实有条不紊。

紧：

- (1)时间就是效率，就是效益；
- (2)干事雷厉风行，不等不靠；
- (3)形成团结紧张有序的工作氛围。

7. 环境方针

遵纪守法，清洁生产

合理酿造，防治污染

节能降耗，保护资源
绿色管理，持续改进
清爽燕京，怡人甘泉
共同创造，美好家园

2. 品牌印象

依靠总资产 88 亿的实力, 强大的科研力量
打造出中国啤酒企业的航母，创立民族工业品牌
燕京啤酒: 中国驰名商标
人民大会堂国宴特供酒 中国名牌产品
燕京牌啤酒连续 9 年产销量第一

燕京品牌价值：总计 137.45 亿元，子品牌惠泉啤酒、漓泉啤酒商誉价值分别为 20.40 亿元和 15.26 亿元。



燕京啤酒商标释义

春燕展翅膀四海

- (1)燕子是益鸟，是适合南北气候的候鸟，象征着吉祥与美好；
- (2)燕京搏击风浪，定能响誉神州，冲出亚洲，走向世界；
- (3)燕京人信念坚定，视野开阔，永往直前。

科技管理铸名牌

(1) 燕京的名牌是靠最先进的管理与技术创造出来的；

(2) 坚持科学管理、科技进步，巩固提高产品质量，为品牌提升奠定坚实的基础；

(3) 全体员工要象爱护生命一样，爱护燕京品牌，为创造名牌竭尽全力。

金穗欢喜进万家

(1) 燕京是世界人民的好朋友；

(2) 燕京啤酒选用的大麦等生产原料是国内外最好的；

(3) 燕京啤酒为千家万户带来快乐与祝福。

燕京美酒创未来

(1) 燕京是个年青的企业，充满生机与朝气，前景无限美好；

(2) 燕京一定不辜负广大消费者的厚爱，为创造人类美好生活再做新贡献；

(3) 全体员工团结一心，开拓进取，在把燕京做强做大的基础上，实现个人生活的美好未来。

上海通用汽车有限公司

上海通用汽车的核心价值观

以客户为中心

我们以满足客户需求的程度作为衡量工作成效的标准。

诚信正直

我们信守承诺，开诚布公，敢于纠错，是值得信赖的员工和公司。

安全

我们关注员工的安全和健康，我们生产安全可靠的产品。

不断改进与创新

我们勇于运用新思维，不断学习，突破传统，追求卓越。

充分授权的团队合作

我们创造良好的工作氛围，积极发挥员工的特点和长处。

上海通用汽车的宗旨

依靠一支训练有素、富有使命感和团队精神的员工队伍，贯彻精益管理原则，注重不断学习和积极创新，安全地为顾客提供世界级的高质量产品和服务，使上海通用汽车成为面向二十一世纪、国内领先、国际上有竞争力的汽车公司。

学习理解 Study

- 相互研究对方习惯做法和文化传统；
- 相互学习对方的长处，学习世界先进管理方法；
- 相互理解，相互支持。

以上海通用汽车的利益为重 SGM interests go first

公正合理；长远利益；最佳决策。

规范行为 (Standardization):

- 遵守 SGM 适用的法律法规；
- 恪守公司的管理制度；
- 廉洁奉公。

灵活务实(Spring)

讲灵活性，不固执己见；

积极进取，不消极等待；

解决问题，不务虚空谈。

华润集团公司理念

华润的使命

通过坚定不移的改革与发展，把华润建设成为在主营行业有竞争力和领导地位的优秀国有控股企业，并实现股东价值和员工价值最大化。

华润的定位

华润是与大众生活息息相关的多元化企业。

企业精神

诚信：坚守诚信原则 重视个人操守 加强互信关系 巩固卓越商誉

团队：尊重不同文化 包容各种观念 倡导平等沟通 发挥团队精神

务实：贯彻务实态度 激励奋发精神 壮大企业根基 奠定领导地位

积极：积极迎接挑战 勇于面对改变 主动学习新知 实现自我价值

专业：整合丰富资源 荟萃各方精英 积累中外经验 提升专业水平

创新：营造开放环境 鼓励创新思想 构思非凡意念 推动企业发展

企业承诺

开放进取，以人为本，携手共创美好生活。

华润的企业标语

与您携手 改变生活

华润标志的含义

华润标志的设计意念源自盛唐书法宗师颜真卿所写的「华」字。

颜体素以自然雄健、气势磅礴而著称，书法风格十分切合华润的企业形象。

颜真卿的「华」字中间是由四个「人」字组成，由此启发而创作的华润标志，表明华润与悠久灿烂的中国文化一脉相承。

华润标志中的琥珀黄色正方形象征大地；四个抽象化了的「人」字分别代表华润「一切以人为本、人口驱动增长、尊重人文精神、改善人们生活」的经营理念；四个「人」字又像一组向上的箭头，寓示着华润的事业蒸蒸日上；白色的「人」字从琥珀黄的底色中鲜亮地跳出来，代表华润人勇于面对挑战，积极创新思维。

上海黄金搭档科技有限公司

主要价值观：

说到做到

只认功劳

严己宽人

敢担责任

艰苦奋斗

多年来多少人的相濡以沫，多年来多少人的激情碰撞，形成了企业的共同价值观念和行为规范。在这里，人们怀着共同的理想和创业热情，相互关怀，相互支持，为了共同的事业忘我投入、创新进取、人人都在追求做到最好。

文化生活：

公司以人为本，注重企业文化建设，制定企业共同愿景，追求企业发展与个人发展的完美统一。在这个充满温情的大家庭里，每位员工在生日那天都会收到来自企业的温馨礼物，逢年过节，公司领导、员工和家属都会欢聚一堂，共叙佳话。公司创办了国内一流的企业报刊和网站，为员工提供自由展示人生感悟的天地和交流学习的平台。员工可以经常参加公司组织的集体活动，也可免费从公司图书馆借取各类书籍和音像，以供自己的学习和娱乐。

中国恒天集团

企业精神

[团结 创新 求实]

△团结：是企业的优良传统。企业之间、员工之间、上下级之间、视团结如生命，无论在何时何种情况下，都要同心协力，艰苦奋斗，百折不挠，一往无前。

△创新：解放思想，开拓创新是本企业赖以生存发展的必由之路。在开拓创新的指导思想下，本企业不断推出新产品，适应时代要求，不断为提升纺织产业的竞争力做出贡献。

△求实：是本企业生存发展之根本。“求实”就是思想充实，作风扎实、工作务实，少说空话，多做实事，真抓实干，实事求是，务求实效。

企业核心价值观

[团结协作、开拓创新、诚实信用、增值服务、以人为本、创造价值]

△团结协作，即在集团内部形成团队精神

△开拓创新，即迅速应对内外部环境的变化，进行管理体制与机制的创新和业务创新

△诚实信用，即在对待客户和其他业务伙伴时恪守职业道德

△增值服务，即把为国内外客户提供全面的增值服务，作为集团的生存之本

△以人为本，即把尊重员工的个人价值、为员工个人发展创造空间，作为集团持久成功的基础

△创造价值，即集团的一切活动，以股东权益的最大化为出发点

宁波波导电子有限公司

企业文化

企业精神：诚信合作、共享发展、和谐严谨、务实创新

核心价值观：创造成功的企业就是价值，优秀的员工和合作伙伴就是财富，不断开拓进取就是未来。

经营理念：

投资定位理念：熟悉一个投资领域，不固守这个领域

募集资金理念：信誉和业绩是最好的说服力

项目评估理念：没有依据的自信心是廉价的

项目选择理念：谨慎的选择、果敢的决策

经营预期理念：允许失败，在失败中成长

管理服务理念：积极的增值服务是获利的保证

投资退出理念：成功的退出和适时的投入一样重要

公司愿景：成为最具有合作价值的投资公司。

公司口号：你的成功就是我们的成功！

公司使命：做推动地域经济增长的发动机。

江苏红豆实业有限公司

公司文化

红豆相思节

农历七月七，是中国传统的“七夕”鹊桥相会的日子，传说中牛郎和织女会在这一天相会。红豆·相思节就是以此传说为背景的一个中国人的“情人节”，其文化内涵包括：对爱情的忠贞，对亲人的相思，对团圆的期盼，对智慧的追求，对美好生活的向往。

红豆相思节，弘扬优秀传统文化，为中华民族的伟大复兴推波助澜。

2001年，第一届相思节拉开了帷幕，迅速在海内外激起了强烈反响。至2004年，红豆已成功举办了四届。红豆相思节顺应了时代潮流，满足了人们注重精神生活的需求。

精神理念

——名牌的一半是文化。没有文化就不存在名牌。红豆实施的名牌战略就是不断地增加品牌的文化含量和提高文化品位。

——沟通无限制。与同事、与上级、与下级、与客户，甚至与竞争对手都要倡导沟通。红豆企业要实现无限制的沟通，任何一个员工都可以直接找到总经理进行沟通，总经理也可以找任何一个员工进行对等交流。

——人才“三不唯”。不唯地区，不唯资历，不唯文凭；论实战能力，论综合实力水平。

——企业学校化。企业的发展后劲来源于员工的发展后劲，员工的发展后劲来源于不断地学习和实践。因此要将红豆企业办成学习型组织，让员工接受终身教育。

——赛马不相马。对待人才的选拔和任用，不以部分干部拍脑袋，凭喜好为标准，而要在竞争中发现人才，锻炼人才，选拔人才。给人才创造一个公平、公正、公开的发展环境。

——是学习而不是摸索。要规避摸索的时间成本、盲目性和风险性，学习和借鉴是唯一的捷径。只有站在巨人的肩膀上，才能超过巨人，才能看得更远。

——诚信为本。诚信是红豆企业安身立命之本，是红豆企业大厦的脊梁。做人要做一个诚信的人，做企业要做一个诚信的企业。

——创新为魂。创新文化是红豆文化的内核。要在红豆企业中开展三大创新活动：文化创新、科技创新以及机制创新。鼓励创新，允许失败，但不允许守旧，不容忍平庸。

——只争第一。争第一是红豆做人和做企业的唯一目标，目的不达，奋斗不息。把一切工作做到最好，完美和卓越是每一位员工的不变追求。

——内部市场制。走出车间就是国内市场，走出厂门就是国际市场。在企业内部，全面施行市场买卖。

——内部股份制。确立“入股自愿，利益共享，风险共担，股权平等”的内部股份制，提高员工与企业的关切度，调动员工积极性，使员工与企业的命运息息相关，形成一个经济利益共同体。

——考核责任制。对每个车间每个工厂都进行效益承包，年终亏损的都要对负责人免职，厂长并对亏损部分按一定的比例赔偿，迫使所有的厂长把全部身心都扑在事业上。

——“三无”工程。即：应收款为零，库存为零，不良品为零。通过带款提货，让利经销实现应收款为零；通过按订单生产实现库存为零；通过质量奖罚和质量体系控制来实现不良品为零。“三无”工程的实施一定程度上化解了企业的危机，提高了企业的运行质量。

——三大转变。从资产经营向资本经营转变，从产品经营向品牌经营转变，人才的选拔从领导的任命向竞争上岗转变。“三大转变”似一股强效催化剂，有力地推动着企业发展的滚滚车轮。

——竞争上岗制。对人才的选拔，特别是关键的领导岗位的用人，一改过去的行政任命为人才的自主竞争上岗。为企业在用人方面少走弯路，减少失误提供了强有力的制度保障，同时，它激发了人才的成长欲，使新人看到了希望。

——“三大工程”促发展。即“专业化、精细化、制度化”的三大发展“工程”。“专业化”，就是要求各工厂根据自身的特点，实行分工式、错位式发展，改变过去的面面俱到，要在某个领域做深做透，做成业内权威，做成业内最大，因为只有专业化才能做得深、做得透、做得专，做出低成本，做出高效益。

“精细化”，就是适应市场需要日益个性化的需要，在产品的设计上和产品的服务体系上，实现精而细，以更好地适应竞争需要，更好地、最大限度地满足用户的需求。“制度化”，就是要进一步改变传统习惯，进一步健全各项规章制度，强化执行制度的力度和自觉意识，促进企业规范化运作，实现健康可持续发展。

上海宝钢集团公司

一、宝钢企业文化

1. 发展战略

2003年6月12日，宝钢提出了新一轮发展战略：

1. 宝钢企业文化主线是：

严格苛求的精神，学习创新的道路，争创一流的目标。

跻身世界 500 强，成为拥有自主知识产权和强大综合竞争力，倍受社会尊重，“一业特强，适度相关多元化”发展的世界一流跨国公司。

2. 企业文化

“严格苛求”是企业发展的基础，严格苛求文化是一种实干和从严的文化，是一种基本的态度取向。

“学习创新”是企业发展的关键，学习创新文化是一种对外开放、崇尚科学、自主发展的文化，是一种充满时代气息的开拓性文化。

“争创一流”是企业发展的动力，争创一流文化是一种面向全球，为民族复兴而追求卓越的文化，是一种高层次的目标激励文化。

3. 宝钢基本价值观：诚信

4. 公司标志



集团公司标志为红色、宝钢股份公司标志为“宝钢蓝”，其它子公司标志为蓝色。)

二、观念与创新

1998年11月17日上海宝钢集团公司成立以后，集团公司党委推出“观念与创新”系列研讨作为企业文化融合与优化的有效载体，积极培育与钢铁精品基地相适应的有竞争力的宝钢企业文化。

“观念与创新”系列研讨运用典型案例剖析、小中见大的方法，从典型案例中提炼和归纳具有普遍指导意义的理念与内容，同时在宽松氛围和民主气氛的环境下，让成果发布者与会议出席者通过对话，讨论问题，各抒己见，在观念碰撞的过程中，达成价值共识和思想统一。

“观念与创新”系列研讨从1999年5月以来已成功举办了10次，相继推出了10个创新典型，为宝钢的发展带来了持续的动力，并为上海宝钢精品文化建设提供了可供操作的案例。“观念与创新”研讨提炼出来的先进理念，经过宣传、灌输，已成为宝钢人的共同理念，有效地推动着员工的观念创新和企业的文化融合。

三、宝钢格言

我的设备，我的形象。	宝钢股份	欧阳英鹏
用户的困难就是我们的困难；用户的要求就是我们的目标；用户的标准就是我们的标准；用户满意就是我们的宗旨。	能源部	滕克仁
产品就是人品。	冷轧部	王建国
服务只有起点，满意没有终点。	技术部	顾海岭
用户的标准就是宝钢的标准，用户的计划就是宝钢的计划，用户的利益就是宝钢的利益。	集团公司	何文波
分析好上班，操作好本班，服务好下班。	炼铁部	陈君明
没有不合格的用户，只有不合格的服务。	技术部	来勇
质量是生存之本，品种是发展之源。	技术中心	张清朗
竞争在市场，功夫在现场。	炼铁部	陆振家
要让用户满意，先从自我做起。	技术部板材检验站热轧作业区	
真正的贸易应该从发现需求开始到满意需求为止的工作过程。	集团公司	何文波
接班接困难，交班交方便。	技术部	杜培芳
你的难题，我的课题。	技术中心钢研所	
在找差距中求生存，在创新中求发展。	宝钢国际 物资部	俞震强

任何一项工作的成功，都是来自于全体员工形成共识后的实践与创新。	饮食供应公司热一食堂菜甲班
星级有限，服务无限。	宝山宾馆团委
最大限度满足用户需求，才能最大限度开拓市场。	集团公司 徐乐江
验收上工序，控制本工序，服务下工序。	条钢部精整分厂
我的准则是坚持“三信”：一是信念，对正确人生理想和价值的信念；二是信心，对工作和事业不断进取的信心；三是信任，对他人以信任感，获取他人对自己的信任。	集团公司 关壮民
一流的产品必须有一流的包装。	工业公司 许勇琪
“用户是上帝”的内涵是把最好的产品给用户。	宝钢股份 艾宝俊
创新是不断提升用户满意度的根本。	炼铁部 费昌祥
供应抓基础管理，经营抓市场开拓，服务抓用户满意。	宝钢国际物资部
主动跟踪用户信息，从一而终；主动为用户解惑，从中指导；主动满意用户要求，从严苛求。	冷轧部涂 镀分厂
质量管理要从检验最终结果为主，转向全过程控制质量为主；从以主管部门管质量为主，转向全员抓质量为主；从以生产现场为主抓	宝钢股份 欧阳英鹏

质量，转向生产与管理、销售、服务相结合的全方位抓质量。

要从按标准组织生产向按用户用途组织生产转变；质量保证要由满足标准向满足用户使用效果转变。

宝钢股份 李海平

金蝶国际软件集团公司

企业使命

公司的使命：

通过我们不断创新、知识积累和流程优化，开发先进可靠的应用软件产品，为顾客创造价值，帮助顾客成功，发展成为受人敬仰的公司。

短期目标：

2005 年, 成为具有国际竞争能力的中国软件产业领导厂商

长期目标：

2010 年, 跻身世界企业应用软件十强

商业哲学：帮助顾客成功

价值观与企业精神

核心价值观：爱心、诚信、创新

企业形象：快速，国际化，创新

管理模式

激情管理+数字化管理

激情管理：通过建立一种的激发知识工作者潜能为主要特征的管理模式，给知识工作者注入激情，使知识工作者更富有创造力和灵感，并为知识工作者提供足够能力和平台，获得企业效益的最大化，知识资本=能力×激情。

数字化管理：以数字和信息化的手段，建立企业预测修正体系，使企业面向市场需求，及时调整各项业务，同时以 workflow 方式控制企业的业务过程。

数字化管理的技术手段，加上激情管理的文化元素形成了金蝶所倡导的现代化管理体系；对企业各级人员充分授权，扁平化网络化企业组织，提倡服务与共享，充分利用现代管理手段等。

中国建筑一局集团公司

企业文化

以经营理念为中心的精神文化

以质量方针为中心的行为文化

以用户满意为中心的物质文化

以依法治企为中心的制度文化

以实施 CI 战略为中心的形象文化

企业宗旨：服务社会，造福人类，建设祖国，福利员工

核心理念：追求阳光下的利润最大化

企业精神：铸造精品，超越自我

经营理念：竞争无情，商机无限，市场唯大，经营为先

质量观：过程精品，质量重于泰山；中国建筑，服务跨越五洲

质量目标：用我们的承诺和智慧雕塑时代的艺术品

环境观：建筑与绿色共生，发展和生态协调

万通集团企业文化

万通集团于 2000 年全面导入企业 CI 系统，进行了理念、视觉、行为系统规划。

- ◆企业品牌：万通 Wagontune
- ◆企业历史：创建于 1988 年
- ◆企业性质：民营——股份制过渡：民营
- ◆企业精神：与世界同步，与美好同行
- ◆企业作风：简洁而有效，严谨而快捷
- ◆团队精神：壹加壹大于贰，沟通才能协作
- ◆科技理念：开发精品，创造名品
- ◆企业管理：宏观思考，微观着手
- ◆市场理念：建立三维网络，提高核心竞争力
用标准整合通道，善于借势，勤于创新
- ◆发展目标：国际化标准市场网络的中国汽配服务企业，做中国汽配行业第一品牌
- ◆质量观念：百分之一的缺陷带来百分之百的失误，人的质量决定服务质量
- ◆人才观念：为谁干，为我干！
适合的就是最好的
正品先正人，不换思想就换人
学习型团队，导师型经理，专业型员工
- ◆服务理念：万通服务，汽配专家
万通服务，一丝不苟
为车服务，其实是为人服务
- ◆发展战略：品牌战略 四位一体战略 国际合作战略

爱普生企业文化

公司理念

客户优先、致力环保、
尊重个性、发挥综合能力、
力争成为被全世界人们所信赖、
与社会共同发展、开放的公司。
我们充满自信，
为不断的挑战和创新而自豪。

成为令人信赖的优良企业，是爱普生公司的最大心愿。奉行“客户至上”的宗旨，致力于开发、研制和生产高品质的商品，为公众创造高水准的生活环境，是我们对优良企业的定义。

同样重要的还有，不断进取，随时随地、最为妥善地满足社会公众的需求，履行对社会、对公众所承担的责任。

勇于创新，挑战未来。爱普生公司始终秉持这一信念。从世界首创的小型打印机 EP-101，到全球第一只石英手表、第一台手提式计算机，爱普生公司以此为自豪，并坚持不懈地朝着未来发起冲击。

为了与人们共同创造美好的生活和理想的社会，爱普生公司将聚集所有的有效力量，健全更能实现巨大飞跃的高效体制，满怀信心地迎接 21 世纪的挑战。

公司宗旨

公司的经营宗旨是作为精工爱普生中国的全资公司，采用精工爱普生的先进技术和管理经验，在中国设立全资或与中方合资的外商投资企业，或通过收购现有的公司，在中国本地制造和销售先进产品，同时加强和协调精工爱普生的在中国投资，以满足顾客的要求，扩展精工爱普生目前在中国的业务。成为令人信赖的优良企业，是我们爱普生公司的夙愿。坚持顾客至上，尊重个人，发挥集体力量，我们将在全世界每个角落，致力成为一个有信誉的“优良公司”。

“优良公司”就是：

1. 能确保公平合理的利润；
2. 员工有自信心、荣誉感及持续的创造力, 并不断迎接新的挑战。
3. 能符合员工及社会的期望。

李宁体育用品有限公司企业文化

1、公司使命

我们以体育壮大潜在于中华民族的那股莫大力量！

致力于专业体育用品的创造；

让运动改变我们的生活；

唤起民族自信，昂然立足世界！

2、公司愿景

中国体育用品市场份额第一

成为体育用品主流品牌

市场份额：指产品的价值份额

主流品牌：国际性竞技比赛大项目中使用李宁品牌产品

3、公司核心价值

（1）崇尚运动

对运动有强烈的热爱，专业从事某一项运动，或在业余时间里积极钻研某一项或多项运动，并有所成就。

热爱体育运动，积极参与各项体育活动，热爱以体育为核心的积极的生活方式；影响周边的人积极的参与运动，用体育促进人们的交流，增进健康，增强自信。

（2）诚信

诚实面对每一项竞争与挑战，尊重公司的制度、纪律，绝对不因个人利益牺牲、损害公司利益；在公正正直的前提下，真诚的对待同事，建立积极进取的工作氛围。

(3) 激情

具备强烈的使命感和进取心，有为实现公司使命、愿景而努力工作的持续冲动；积极应对工作和生活中的挑战，不言气馁。

(4) 求胜

对公司未来的发展充满信心，有强烈的成就动机，积极地面对市场挑战，对目标的实现及成功执着地渴望和追求。

(5) 创新

对市场有敏锐的洞察力，不断学习新知识或向成功企业学习。及时将新知识、新技术、新思维、新理念用于产品设计、品牌经营和内部管理，不断地为企业创造更多的价值。

(6) 协作

具有整体意识，在工作中，积极主动地与他（她）人配合，齐心协力为实现公司目标而努力。李宁公司作为供应链的组织管理者，更需要充分协调外部合作伙伴，共同发展。

中国石化长城润滑油企业文化

企业文化建设是现代企业发展的重要内容，是精神文明的重要体现，是企业得以长久发展的重要保障。近年来，公司依托企业文化建设，提高员工的工作积极性，增强企业凝聚力，促进企业的管理、形象、服务和环境达到现代化企业的标准，使长城润滑油在社会上的知名度有了很大的提升。

【公司使命】

- 振兴石化工业促进经济繁荣和社会进步

【内涵】

- 长城人的使命是发展中国润滑油工业。
- 长城人的工作是追求更高品质的产品，为社会发展提供满意的服务。
- 长城人的目标是走向国际市场，创造国际名牌。

【企业精神】

- 爱国 敬业 自强 争先
 - 爱国：发扬传统 兴我长城 创建文明 报效祖国
 - 敬业：爱厂爱岗 团结勤奋 艰苦奋斗 完善自我
 - 自强：励精图治 拼搏进取 增强实力 开创未来
 - 争先：追求一流 挑战市场 走向国际 创造卓越

【企业经营理念】

- 自我加压 步步争先 品牌创新 持续发展 众志成城 回报社会

【经营方针】

- 经营专业化 集团紧密化 管理科学化 市场国际化 科技创一流

随着社会的进步和发展，企业文化的内涵不断变化更叠。在长城漫长的发展进程中，长城人会赋予她无穷的魅力，使她在润滑油的行列中焕发出炫目的光彩！

诺基亚文化理念

价值观

客户满意

- 客户满意是我们战略和行动的指南
- 我们预见、了解并满足客户的需求
- 我们为客户创造价值
- 我们尊重、关心客户，给客户带来快乐

相互尊重

- 我信任、尊重他人
- 我坦诚待人
- 我们追求多元化
- 我们珍视身边的环境和社区

追求成功

- 我为我们共同的愿景和目标所激励和鞭策
- 我愿意为成功而拼搏
- 我有责任并勇于承担实现成功的重任
- 我们奖励并庆祝成功

不断创新

- 我相信终身学习的动力来自于对变革与发展的不断追求
- 我们有勇气创新并塑造未来
- 我们从经历的挑战中，学习并分享成功的经验和失败的教训
- 我永不自满

管理方针

- 扁平、非集中制的组织机构，令决策更有效
- 建立在主要业务发展需求之上的一套精练有效的系统和程序

-
- 有效的团队协作和企业家的奋斗精神
 - 建立核心竞争力
 - 公司上上下下开诚布公的沟通和协作
 - 确立目标、训练团队、表彰成绩的领导作风
 - 鼓励员工内部流动、发扬光大每个人的技能和诺基亚价值观